

Canadá, un yacimiento para la moda aún por conquistar



La Unión Europea y Canadá han firmado un acuerdo de libre comercio que espera elevar los intercambios comerciales entre ambos territorios en 20.000 millones de euros anuales.

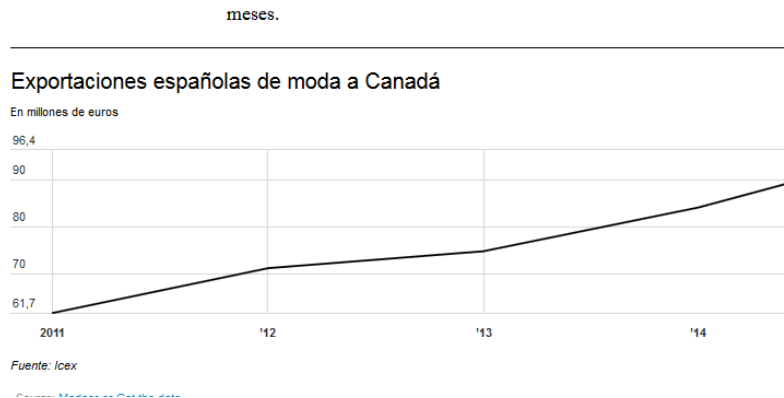
Canadá, un yacimiento aún por conquistar. La firma del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y el país norteamericano define un nuevo escenario para las empresas españolas de moda, que hasta ahora apenas han apostado por este mercado. Canadá ocupa el puesto número catorce entre las mayores economías mundiales y el número dieciséis en renta per cápita, pero se sitúa en la posición número 36 entre los principales destinos de la moda española.

La Comisión Europea y el Ejecutivo canadiense cerraron al fin un pacto que llevaba siete años gestándose y que se ha considerado como el más ambicioso alcanzado por Bruselas. Los partidarios del *Comprehensive Economic and Trade Agreement* (Ceta) sostienen que contribuirá a elevar el comercio entre ambos territorios un 20% y que impulsará los intercambios comerciales en 20.000 millones de euros anuales.



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA



Desigual es la empresa española del sector con una mayor presencia en Canadá, donde opera con más de un centenar de puntos de venta. En cambio, otros gigantes de la moda en España, como **Inditex** o **Mango** apenas tienen presencia en el país americano. En el caso del grupo gallego, este opera con 35 establecimientos, la mayoría de ellos de **Zara**, mientras que la compañía catalana tan solo cuenta con uno. **Tous** suma tres tiendas en Toronto y **Camper** tiene una en Montreal y otra en Vancouver. Otras empresas como **Indi&Cold**, **Etnia**, **Uno de 50** o **Surkana** han desembarcado en el país en los últimos meses.

Por el momento, la moda española todavía no se ha dejado seducir por el mercado canadiense, pese a sus más de 35 millones de habitantes y de ser una de las mayores economías del mundo, con un Producto Interior Bruto (PIB) de 1,5 billones de dólares en 2015, y un PIB per cápita de 45.600 dólares.

Canadá está lejos de ser uno de los principales destinos de la moda española. Sin embargo, las exportaciones españolas del sector al país norteamericano han ido avanzando en los últimos años. En 2015, las ventas del sector al mercado canadiense alcanzaron 96,4 millones de euros, un 14,6% más que en el año anterior, según datos del Icesx. En los últimos cinco años, España ha elevado sus ventas de artículos de vestir y complementos a Canadá un 56,2%.

Las ventas en retail de artículos de moda y complementos en el mercado canadiense se situaron el pasado agosto en 2.624 millones de dólares canadienses (1.754 millones de euros), según los últimos datos de la oficina de estadística del país, y se estima que en una ciudad como Toronto, el gasto medio por familia en moda al año supera los 3.000 dólares canadienses (2.024 euros). De hecho, más del 80% de la población del país se concentra en áreas urbanas, como Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary, Ottawa o Edmonton, entre otras.



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

La principal calle comercial del país es Bloor Street, en Toronto, donde las rentas de sus locales comerciales escalan hasta 2.515 euros por metro cuadrado al año, ocupando el puesto número veinte entre los enclaves comerciales más caros del mundo y el sexto en el continente americano, según el índice de la consultora inmobiliaria Cushman&Wakefield de 2015-2016. Las otras principales vías comerciales del país son 17th Avenue, en Calgary; Whyte Avenue, en Edmonton; Saint Catherine W, en Toronto, y Robson Street, en Vancouver.

Toronto y Vancouver son los principales polos del retail de moda en el país y en los que operan la mayoría de los operadores internacionales. Las marcas de lujo también ha ido tomando posiciones en estos dos núcleos animadas sobre todo por una creciente afluencia turística y la estabilidad de su mercado. Sólo en Toronto, entraron 26 marcas internacionales nuevas en 2015, según el informe *How global is the business of retail*, de Cbre.

Por otro lado, los centros comerciales han destinado fuertes inversiones en los últimos años para renovarse y captar nuevas aperturas. Sin embargo, también hay enseñanzas que optan por echar el cierre a sus establecimientos físicos para operar en el mercado estadounidense únicamente online.

De hecho, las ventas de moda por Internet también han ido escalando en el país. En 2015, el consumo de artículos de ropa y complementos online en Canadá alcanzó los 1.816 millones de dólares (1.642 millones de euros), un 17,5% más que en el año anterior. Para 2016, se espera que se eleve un 15,4%, según Statista.

Fuente: Modaes.es 11.11.2016